

ГРНТИ 13.11.28

УДК 008: 130.2

Е. Л. Яковлева

КИУ им. В.Г. Тимирязова, г. Казань

E. L. Iakovleva

KIU named after V. G. Timiryasov, Kazan

**ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТИ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ПОСРЕДСТВОМ
ИГРОВОЙ ПРИРОДЫ МИФА**

**POSITIONING OF PERSONALITY IN SOCIAL NETWORKS
BY MEANS OF THE GAME NATURE OF MYTH**

В статье анализируются некоторые аспекты демонстрации повседневных практик нарциссической личности в социальных сетях. Одной из привлекательных форм, позволяющих приукрасить жизнь, оказывается миф, обладающий игровой природой. Благодаря мифу современный *Нарцисс* выдает желаемое за действительное. В мифах современной личности обнаруживаются фреймы социального опыта. Демифологизировать истории *Нарцисса* в социальных сетях помогают ключи фреймов.

The article analyzes some aspects of demonstrating the everyday practices of narcissistic personality in social networks. One of the attractive forms that can embellish life is a myth with a game nature. Thanks to the myth, the modern Narcissus gives out wishful thinking. In the myths of modern personality, frames of social experience are found. The frame keys help demythologize Narcissus's stories on social media.

Ключевые слова: *Нарцисс*, миф, игра, игровая природа мифа, повседневность, фрейм, ключ.

Key words: *Narcissus*, myth, game, game nature of myth, everyday life, frame, key.

В современной культуре мы наблюдаем акценты на индивидуальности и его гламурном формате жизни. Вспомним, большая часть рекламных слоганов содержит открыто/скрыто заявляемую фразу «сделано для Вас», что незаметно возвращает личную форму эгоизма – *нарциссизм*, для которого характерна забота только о благополучии *Я* и проявление гипертрофированного самомнения. Ключевой сферой личности оказывается повседневность, которая сегодня фиксируется и все чаще выносится в публичное пространство – в социальные сети (Facebook, Instagram, ВКонтакте и др.). Анализ материалов социальных сетей,

включающий в себя фото-/видеосъемку и небольшой текст к ним, подтверждает *нарциссический* модус жизни личности. Особую роль в позиционировании *Я* играет миф и его игровая природа, что заставляет прояснить ситуацию. Основным методом исследования является феноменологический, позволяющий раскрыть некоторые механизмы позиционирования личности в социальных сетях.

Как мы отметили, в современности наблюдается повышенное внимание индивида к собственному *Я*, что позволяет говорить о его нарциссизме. Современный *Нарцисс* живет только собственными интересами, потребностями и желаниями. Он хочет наслаждаться только собственной жизнью, следя за собой и своим здоровьем, освобождаясь от комплексов, сохраняя и увеличивая собственное благополучие.

Нарцисс – гедонист, утопающий в смене собственных желаний и капризов. Процесс персонализации и его крайней формы – нарциссизма поощряется и подпитывается культурной средой, а именно «ускоренным развитием техники, управлением, массовым потреблением, СМИ, развитием индивидуалистической идеологии, психологизма» [1, с. 44]. *Нарцисс*, опираясь «на эмоциональную реализацию самого себя», жадно стремится «к молодости, спорту, ритму», жаждет «благополучия, даже больше успеха в интимной жизни», рассредоточивая в проявлениях *Я* социальные элементы [1, с. 27]. Концентрированное внимание на собственной персоне «сопровождается беспрецедентной тягой к деньгам, интимности, благополучию, владению собственностью, безопасности» [1, с. 278]. Такой тип самовлюбленной личности буквально *скользит* по жизни, сбрасывая балласт ненужного/обременительного и привнося развлекательное/праздное в свое пространство. *Нарцисс* нацелен на потребление и обладание для поддержания статуса *комильфо*. Социальный капитал *Нарцисса* не связан с трудом и знаниями, постепенным приобретением компетентности и профессионализма. Согласно наблюдениям в современном социальном мире появляется огромное количество людей, не зарабатывающих на жизнь общепринятым способом. Труд начинает восприниматься, по справедливому замечанию Г. Маркузе, как *несчастливая судьба*, отчуждаясь от человека. Как правило, *Нарцисс*, испытывающий потребность в утверждении собственного величия в глазах *Я* и *Других*, стремится заработать особый вид социального капитала, связанный с позиционированием себя в социальных сетях и выражаемый подписками, комментариями, репостами и лайками. *Нарцисс* старается проявить себя, не затрачивая больших усилий.

Свое *Я*, разрастающееся в масштабах, *Нарцисс* постоянно демонстрирует в социальных сетях. Жажда самовыражения и самоутверждения заставляет его «группироваться с „аналогичными“ созданиями, чтобы почувствовать свою полезность, требовать дополнительных прав, ощущать себя свободными решать свои интимные проблемы посредством „контакта“, „пережитого“, выступления от первого лица: это ассоциативная жизнь, инструмент „пси“» [1, с. 30]. В данных практиках обнаруживается определенный «сдвиг мотивации – с внутренней, „от себя“ на внешнюю, „от другого“» [2, с. 212]. Неслучайно наблюдается колоссальный интерес к биографиям и автобиографиям медийных персон, эпизодам их жизни и страничкам в социальных сетях. Приобщаясь виртуальным образом к праздной жизни медийного лица, массовое сознание начинает копировать увиденное. Оправдать подобное подражание можно желанием познать *Я* и приобщиться к гламурно-чудесному, создав иллюзию подобного в собственной жизни. Но вспомним справедливое замечание В. М. Межуева: «о людях надо судить не по тому, что они думают о себе, а что реально делают» [3, с. 59]. Дело в том, что основу судьбы отдельного индивида составляет практическая деятельность, что отсылает нас к марксизму. «Мир, в котором живет человек, – не природен (как у предшествующих материалистов) и не духовен (как у Гегеля), а практичен, т. е. одновременно чувственно предметен и творчески изменчив» [3, с. 60]. Принципиален акцент на *практической деятельности*, а не только созерцательности. Сама практика в марксизме понимается как производство, в том числе самой личности: «изменяя мир, человек одновременно изменяет себя, всю сумму своих отношений с другими людьми» [3, с. 61]. Благодаря практической деятельности создается личная история, включающая в себя историю саморазвития, изменений и преобразований. Но современное производство *Я* и индивидуальная история специфичны. Они представляют собой постановочное действо, нередко не имеющее ничего общего с реальностью.

В жизни современного человека труд отходит на дальний план, а акцент смещается в сторону досуга и праздности, фиксируемых и тиражируемых в социальных сетях. Заметим, даже если фиксация образа происходит на рабочем месте, то оно приукрашивается либо играет роль фона. Современный *Нарцисс* наиболее удобной сферой для демонстрации *Я* выбирает повседневность, а культурной формой, помогающей реализовать подобное, оказывается *миф*. Но современный миф и интерес к нему своеобразны. Практически каждый

человек, создавая собственную историю жизни/биографию, обращается в большей/меньшей степени к мифическому. Как форма культуры миф полирует некоторые шероховатости/трудности/конфликты экзистенциальной событийности, преобразует реальность и высвечивает значимость *Я*. Но при этом личность пытается вуалировать мифическое от *Других* и *Я*, избегая даже собственного признания в обращении к мифу.

Тяга к мифу оказывается вечной. Не последнюю роль в этом принадлежит его *игровой природе*, что удовлетворяет потребности индивида в получении удовольствия *от игры мифа*, рождающей *миф игры*. Согласимся с У. Эко, заметившим, что игру как метапринцип современной культуры можно обнаружить в основе любого феномена, и миф не является исключением. Современный миф превращается в своеобразную игру, вовлекающую в свое пространство создателя и воспринимающего, заставляя сопереживать его тексту, иллюстрациям и даже интерпретациям.

Миф обладает суверенитетом в социосфере, иногда существенным образом влияя на нее и даже изменяя. Благодаря своей пластичности и гибкости миф способен обслуживать любую идеологическую систему. Так, господствующая в современном обществе идеология гламура внедряет в сознание людей идеи о вечной молодости, красоте и богатстве, что переводит модус их жизни из реального в мифизированное состояние. Посредством мифа массовому сознанию сегодня преподносятся удивительно-завораживающие истории гламурных персон, которые были «срежиссированы и задокументированы пресс-службами», выдаваясь в новостных выпусках / передачах / репортажах / шоу / социальных сетях «маленькими порциями» [2, с. 149]. Подобные материалы становились «частью новой реальности второго порядка, которая накладывалась на обычную жизнь и воспринималась исключительно через прессу» [2, с. 151], а если брать шире – СМИ, Интернет и социальные сети.

У мифа и игры обнаруживается много точек соприкосновения. Оба феномена рожают вымышленные миры, допускающие свободную импровизационную активность фактора. В них наличествует динамика развития, подключающая при восприятии эмоциональные стороны бытия. В мифических и игровых мирах обнаруживается чудесность, парадоксальность и неожиданность, обладающие эстетичностью. Они одновременно предполагают серьезность и несерьезность, реальность и фантазийность, действенность и созерцательность.

Игровая природа мифа проявляется на нескольких уровнях: в творческом вдохновении; в воображении, достраивающем необходимое/отсутствующее/желаемое и обыгрывающем данные компоненты с реальным; в повествовании, подразумевающим сюжет и интригу; в театральном позиционировании *Я*; в интерпретации. Благодаря игровой природе мифа личность, сочетая сознательное и бессознательное, рациональное и эмоциональное, реальное и воображаемое, демонстрирует себя выразительно, эпатажно, оригинально, что помогает в выгодном ракурсе преподнести *Я* для *Других* и получить отклик в виде одобрений. Перечисленное оказывается приятным и необременительным для *Нарцисса*, начинающего постоянно обращаться к игровой природе мифа при демонстрации своей повседневности в социальных сетях. Отметим, что посредством игровой природы мифа современный индивид не только воображает себя *Другим*, но создает и фиксирует представляемый образ, тиражируя его в социальных сетях. Миф и новые медиа помогают *Нарциссу* преобразиться и привлечь внимание к *Я*. При этом ко многим компонентам игровой природы мифа личность подходит несерьезно и довольно поверхностно. Личное творчество и фантазирование заменяются подглядыванием за медийными персонами и копированием их эпизодов жизни, сюжетная канва оказывается разорванной, состоящей из обрывков собственных (нередко глупых/низменных) мыслей или цитат выдающихся/знаменитых людей прошлого/настоящего, образ редактируется посредством компьютерных технологий. Но игра образами, ситуациями и смыслами стирает границу между реальным и мифизированным.

Необходимо заметить, в игровой природе мифа *Нарцисса* обнаруживаются *фреймы* социального опыта, характерные для культурно-исторической эпохи. Фрейм представляет собой стереотипную схему, в которой заложено процедурное знание, обладающее функциональным/креативным аспектом. Довольно часто фреймы не сознаются личностью, опирающейся на них в своих повседневных практиках. Но именно благодаря им фреймируется повседневность, в которой обнаруживаются социальные установки.

Согласно концепции И. Гофмана, у фреймов есть *ключи*, в которых заключен идеальный смысл, помогающий интерпретировать ситуацию и понять ее. Среди ключей, выделяемых И. Гофманом, назовем выдумку, состязание, церемониал, техническую переналадку и пересадку. Так, «выдумки превращают серьезное в несерьезное, создают вымышленные миры», состязание «поддерживает ощущение

риска и неопределенности обстоятельств», «церемониал временно отделяет участников от мира и превращает «фреймирует» их в живое воплощение ролей», техническая переналадка обозначает инсценировки/демонстрации, пересадка есть «своеобразный ключ к пониманию мотивов действия в ситуациях, когда изображение не соответствует реальности» [4, с. 48, 49]. Все перечисленные ключи применимы к игровой природе мифа, помогая различить реальность от фантазии. Более того, данные ключи оказываются своеобразным инструментом, помогающим демифологизировать повседневные практики *Нарцисса*, пускаемые в тираж, что обнажает его истинное лицо. Необходимо подчеркнуть, что благодаря игровой природе мифов индивид свободно переключается от одного фрейма к другому, меняя ключи. При этом у *Нарцисса* количество переключений в повседневности как в течение одного дня, так и за небольшой промежуток времени, может быть неограниченным. Благодаря современным технологиям и новым медиа многочисленные фреймированные эпизоды можно пустить в тираж одновременно, что увеличивает воздействие игры мифа и способствует повышению внимания к *Нарциссу*.

Основные схемы фреймов игровой природы мифа массовое сознание копирует у медийных лиц, тиражирующих себя в СМИ и социальных сетях. Именно медийное лицо как нарциссическая личность обладает чарующей силой обаяния, обольщая массовое сознание. Данные тактики придают значимость индивиду, помогая добиться известности и даже благосостояния. Сексуальный компонент обольщения оправдывается чувственностью натуры и отсутствием у нее комплексов. Как правило, обаяние и обольщение проявляются в языке *Нарцисса*, вуалирующем любые неполноценности (вспомним, сегодня мы называем стариков – «„лицами третьего или четвертого возраста“, служанок – домохозяйками, пролетариев – социальными партнерами, матерей-одиночек – незамужними матерями» [1, с. 40]) и в собственном имидже, где хорошо продуманными являются мимика, тембр голоса, жесты, позы, одежда и аксессуары. Заметим, в современной среде, живущей по гламурным стандартам, как правило, обаяние и обольщение приобретаются искусственным путем. Не последнюю роль в этом играют СМИ и социальные сети, наглядно демонстрирующие гламурные образ(ц)ы и их обольстительно-обаятельные мане(в)ры. Нередко обаяние служит надежным щитом, защищающим неблагоприятные поступки личности. Как писал Г. Лебон, «обращайтесь дурно с людьми сколько вам угодно, убивайте их миллионами, вызывайте нашествия за нашествиями – и все вам будет

прощено, если вы обладаете достаточной степенью обаяния и талантом для поддержания этого обаяния» [5, с. 147].

В заключение отметим следующие моменты. В современности для подтверждения собственной значимости личность демонстрирует повседневные практики *Я* в социальных сетях. Мощным средством, подчеркивающим весомость современного *Нарцисса*, оказывается миф и его игровая природа. Благодаря игре мифа повседневность приобретает довольно красивый, но иллюзорный флер. Позиционирование собственного *Я* посредством мифа демонстрирует возможное/желаемое, но нереальное. Отметим, смысл мифа обладает определенной ценностью, представляя часть истории жизни, которая оказывается яркой и запоминаемой. Но при этом в смысле обнаруживает себя некоторое ложное знание, превращающее миф в пустую паразитарную форму, а *Нарцисса* – в человека с синдромом Мюнхгаузена.

Мифизации повседневности высвечивают в современном *Нарциссе* игрока, создающего приукрашенный образ собственного величия и с удовольствием тиражирующего его в сетях. В его повседневных мифизациях обнаруживаются фреймы, характерные для социального. Знание к ним ключей в виде выдумки, состязания, церемониала, технической переналадки и пересадки помогает выявить реальное и фантазийное в игровой природе мифа *Нарцисса*. Как правило, вследствие демифологизации обнаруживается симулятивность и постановочность некоторых аспектов повседневных практик *Нарцисса*, желающего легкими путями утвердиться в социосфере и приобрести социальный капитал.

Библиографический список

1. Липовецки Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме. СПб. : Владимир Даль, 2011. 336 с.
2. Гандл С. Гламур. М. : НЛО, 2011. 384 с.
3. Межуев В. М. Маркс против марксизма. Статьи на непопулярную тему. М. : Культурная революция, 2007. 176 с.
4. Батыгин Г. С. Континуум фреймов: социологическая теория Ирвинга Гофмана (вступительная статья) // Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта. М. : Институт социологии РАН, 2003. С. 7–57.
5. Лебон Г. Психология масс. СПб. : Питер, 2016. 224 с.